

Observations sur le Projet de loi 178
Loi modifiant diverses dispositions législatives
concernant la protection du consommateur

Mémoire

union
des consommateurs

Mai 2018



7000, avenue du Parc, bureau 201
Montréal (Québec) H3N 1X1
Téléphone : 514 521-6820
Sans frais : 1 888 521-6820
Télécopieur : 514 521-0736
info@uniondesconsommateurs.ca
www.uniondesconsommateurs.ca

Organismes membres d'Union des consommateurs :

ACEF Appalaches-Beauce-Etchemins
ACEF de l'Est de Montréal
ACEF de l'Île Jésus
ACEF du Grand-Portage
ACEF du Sud-Ouest de Montréal
ACEF du Nord de Montréal
ACEF Estrie
ACEF Lanaudière
ACEF Montérégie-est
ACEF Rive-Sud de Québec
Centre d'éducation financière EBO
CIBES
ACQC

Union des consommateurs, la force d'un réseau

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe 13 groupes de défense des droits des consommateurs. La mission d'UC est de représenter et défendre les consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Les interventions d'UC s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

La structure d'UC lui permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par ses travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face : ses actions, de portée nationale, sont alimentées et légitimées par le travail terrain et l'enracinement des associations membres dans leur communauté.

Union des consommateurs agit principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques ou réglementaires, sur la place publique ou encore par des recours collectifs. Parmi ses dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement, l'énergie, les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et l'inforoute, la santé, les produits et services financiers ainsi que les politiques sociales et fiscales.

Table des matières

Introduction	4
Modifications à la Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture (RLRQ c A-23.001) – art. 1 à 6 du PL-178	5
Application aux contrats de services funéraires conclus après le décès.....	5
Registre des contrats d'arrangements préalables	6
Modifications à la Loi sur la protection du consommateur (RLRQ c P-40.1) – art. 7 à 17 du PL-178	8
Revente de billets de spectacle (art. 7, 8, 15 et 16 du PL-178).....	8
Hébergement en temps partagé	10
Sollicitation au crédit (245.3 LPC – art 17 du PL-178)	12

Introduction

Union des consommateurs a participé, depuis 2010, aux différentes consultations menées par l'Office de la protection du consommateur dans le cadre des travaux visant l'amélioration des protections offertes aux consommateurs, et, notamment, la modernisation des règles relatives au crédit à la consommation.

Nous nous réjouissons des développements survenus au cours de la dernière année ainsi que du dépôt du projet de loi à l'étude et de toutes mesures susceptibles de garantir de meilleures protections dont pourraient subséquentement bénéficier les consommateurs québécois. Nous soumettons les présentes observations relativement aux modifications proposées à la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC) ainsi qu'à d'autres lois sous la surveillance de l'Office de la protection du consommateur (OPC) afin de tenter, à partir de notre expérience en la matière et du travail de nos membres auprès de la population, de permettre que les dispositions proposées soient aussi efficaces que possible.

Le projet de loi 178 (ci-après le PL-178) a, comparativement aux lois proposées ou adoptées ces dernières années en matière de protection du consommateur, une portée assez restreinte. La rapidité avec laquelle ce nouveau projet de loi a été déposé, quelques mois à peine après l'adoption du projet de loi 134 le 15 novembre dernier, mérite tout de même d'être soulignée.

Le présent projet de loi vise à corriger certains problèmes de la LPC, mais prévoit aussi l'inclusion à la Loi d'une nouvelle section encadrant les droits d'hébergement en temps partagé et d'une interdiction partielle de la sollicitation au crédit. Le projet de loi ouvre en outre la porte à la création d'un registre des arrangements préalables de services funéraires et étend la loi existante aux arrangements funéraires conclus après le décès.

Nous nous pencherons dans les pages qui suivent sur la plupart de ces nouvelles propositions de modification aux lois que l'OPC a la responsabilité d'appliquer, pour faire état de nos observations et de nos recommandations, le cas échéant.

Nous y ajouterons un commentaire plus général sur le processus de proposition de modifications législatives sur des enjeux qui touchent directement les consommateurs, avec un exemple précis tiré du projet de loi 141, soit celui des assurances frais funéraires.

Modifications à la Loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture (RLRQ c A-23.001) – art. 1 à 6 du PL-178

Application aux contrats de services funéraires conclus après le décès

De prime abord, l'idée de rendre applicable à l'ensemble des services funéraires la loi qui ne visait que les arrangements préalables nous apparaît heureuse. Il nous semble toujours que les lois de protection du consommateur devraient toucher le plus grand nombre et étendre autant que faire se peut les protections qui y sont prévues.

L'exclusion de l'application des chapitres II, III, IV et V aux contrats conclus après décès semble parfaitement logique, puisque des règles de formation spécifiques s'appliqueront à ces contrats (les nouveaux articles 18.1 à 18.3) et qu'aucun montant n'aura à être déposé en fiducie.

Il nous semble toutefois que l'article 39, qui se trouve aux Obligations diverses du chapitre IV et qui prévoit une obligation de divulgation des prix au public, devrait recevoir application pour tous les services funéraires ou de sépulture, qu'ils soient conclus par voie d'arrangements préalables ou autrement. (39. *Le vendeur doit mettre à la disposition du public, en tout temps et à chacun de ses établissements, une liste à jour du prix de chaque bien et de chaque service qu'il offre.*)

De même, l'article 3 de la Loi, qui prévoit que seul le titulaire d'un permis de directeur de funérailles peut solliciter ou conclure un contrat d'arrangements préalables, ne devrait-il pas s'appliquer aussi aux contrats conclus après décès qu'elle couvrira dorénavant ? La vulnérabilité des proches du *de cuius* devrait selon nous justifier que la loi limite pour eux aussi les sollicitations par des tiers qui ne seraient pas détenteurs des permis adéquats.

Registre des contrats d'arrangements préalables

Le projet de loi prévoit l'ajout aux pouvoirs réglementaires de celui de constituer un registre des contrats d'arrangements préalables.

La création d'un tel registre nous apparaît éminemment souhaitable, et nous soutenions depuis déjà longtemps une telle initiative. Comme il s'agit d'un service prépayé et que le contractant, au moment où le service doit être rendu, n'est donc plus en mesure de dénoncer l'existence du contrat, la mise en place d'un tel registre, qui permettrait à la succession qui ne dispose pas de l'information nécessaire de vérifier si un tel contrat a bien été conclu, nous semble relever de l'évidence même. L'existence d'un tel registre, pour peu que sa consultation avant la conclusion d'un arrangement préalable soit obligatoire, pourrait aussi éviter à un consommateur de conclure un contrat d'arrangements préalables alors qu'il en a déjà conclu un auparavant.

Soulignons que ces cas de contrats d'arrangements préalables dont les bénéficiaires ou la succession ignorent ou ont oublié l'existence sont loin d'être hypothétiques; l'analyse d'impact réalisée par Raymond Chabot Grant Thornton révèle que « ces frais payés en trop par les consommateurs sont de 7 437 728 \$ annuellement ».

Puisque la création et l'élaboration de ce registre découleront entièrement de l'usage du pouvoir réglementaire et que l'ensemble des modalités reste donc à déterminer, il est impossible et il serait probablement prématuré de se prononcer sur des spécificités. Nous avons toutefois entendu que certaines craintes ont déjà été soulevées relativement aux questions de protection des renseignements personnels que les contrats d'arrangements préalables contiennent et qu'un tel registre pourrait révéler, ainsi que des inquiétudes sur l'accès inapproprié à ces renseignements.

Sous réserve de ce qui sera prévu au règlement, nous ne partageons pas *a priori* ces inquiétudes; si le registre est destiné à informer de la simple existence d'un arrangement préalable, les renseignements qui devraient s'y retrouver pourraient selon nous être minimaux.

Le pouvoir réglementaire prévoit déjà que les vendeurs pourront être obligés de consulter le registre avant de conclure tout nouveau contrat – et le libellé laisse entendre que tous les

*Mémoire d'Union des consommateurs
Observations sur le projet de loi 178*

contrats, préalables ou pas, seront visés par cette obligation. Il s'agit là d'une heureuse initiative. Nous comprenons que cette consultation par le vendeur n'aura pour seule finalité que d'informer le consommateur de l'existence, le cas échéant, d'un contrat conclu préalablement, et qu'il sera interdit au vendeur de manœuvrer pour tenter, sur la base de l'information apparaissant au registre, d'amener le consommateur à conclure avec lui un nouveau contrat. Attendu que le règlement pourra inclure *toute autre mesure visant à permettre une utilisation et un fonctionnement efficaces du registre*, nous y verrions bien une telle précision.

Modifications à la Loi sur la protection du consommateur (RLRQ c P-40.1) – art. 7 à 17 du PL-178

Revente de billets de spectacle (art. 7, 8, 15 et 16 du PL-178)

Nous avons déjà, lorsque les dispositions visant la revente de billets de spectacle ont été annoncées puis adoptées, exprimé notre étonnement devant cette intervention qui semblait viser la protection des producteurs, et à leur demande, plutôt que celle des consommateurs. Nous avons aussi soulevé des doutes sur l'efficacité de l'approche retenue.

Puisque cet encadrement existe dans la LPC, nous avons tenté de voir en quoi ce qui est proposé par le projet de loi est susceptible d'améliorer la protection du consommateur.

Nous comprenons de l'article 15 du PL-178 qu'une nouvelle condition s'ajoute pour l'application de l'exemption qui fait en sorte qu'un commerçant peut, avec l'accord du producteur, *exiger d'un consommateur, pour la vente d'un billet de spectacle, un prix supérieur à celui annoncé par le vendeur autorisé par le producteur du spectacle* (236.1 LPC). Le revendeur devra aussi informer le consommateur « *de la place ou du siège que le billet permet d'occuper, sauf lorsqu'aucune place ou aucun siège spécifique n'est accordé par le billet* ». Comme il nous semble que cette obligation devrait naturellement s'appliquer lors de la vente de tout billet de spectacle, nous serions mal venus de nous opposer à ce que la loi impose de le faire lorsqu'il s'agit d'un revendeur.

Nous comprenons de l'article 16 du PL-178 que de nouvelles pratiques seront interdites. L'article 236.3 LPC prévoirait l'obligation d'informer le consommateur de ses droits au remboursement dans certaines circonstances (annulation de l'événement, admission refusée, événement, place ou valeur du billet non conformes aux représentations faites au consommateur – on notera au passage que le PL ne limite pas les représentations à celles faites par le revendeur). L'article 236.4 LPC prévoirait pour sa part l'interdiction pour un revendeur de vendre un billet *qui n'est pas en sa possession ou sous son contrôle*. Comme il nous semble que cette interdiction devrait s'appliquer à la vente de tout billet de spectacle, nous serions, encore une fois, mal venus de nous y opposer lorsqu'il s'agit d'un revendeur.

Ce qui serait prévu au premier alinéa de l'article 236.2 LPC nous semble plus délicat. Cette disposition interdirait en effet l'utilisation de logiciels robots qui permettraient de contourner les mesures de sécurité mises en place par les vendeurs de billets. Il nous semble légitime de s'interroger sur la pertinence d'inclure à la Loi sur la protection du consommateur une mesure de contrôle qui vise à pallier ce qui semble être un problème technique de certains commerçants. Il nous apparaît en effet que, si l'usage des robots nuit aux vendeurs de billets, il devrait leur revenir d'y trouver une solution technique. Pour ce qui est de la protection du consommateur, comme il est interdit de vendre à ce dernier un billet de spectacle à un prix plus élevé à celui annoncé par le vendeur qui a été autorisé par le producteur, que ce billet ait été acquis ou non par l'intermédiaire d'un robot, nous n'arrivons pas à voir en quoi cette disposition permettra de l'améliorer.

L'instrumentalisation de la Loi sur la protection du consommateur en vue de régler des problèmes qui touchent plutôt les producteurs ou les vendeurs de billets de spectacle crée pour Union des consommateurs, comme nous avons déjà eu l'occasion de le mentionner, un malaise qu'il nous est difficile d'ignorer. Un malaise que ne fait que renforcer l'article 2.2 LPC proposé par l'article 8 du PL-178, qui vise à permettre l'application de certaines parties de la Loi à des transactions entre commerçants. Nous comprenons que cette incapacité alléguée d'offrir aux consommateurs, parce que des robots les auraient accaparés, la possibilité de se procurer des billets de spectacle est susceptible de mettre les vendeurs de billets dans une position difficile face aux artistes et à leur public. Mais nous comprenons mal pourquoi la responsabilité de sévir reviendrait à l'Office de la protection du consommateur – en effet, ce sont notamment les dispositions pénales et d'administration, incluant les injonctions et les mesures d'outrage, que le nouvel article 2.2 LPC rendrait applicables aux contrats conclus entre commerçants en matière de revente de billets de spectacle. En outre, si les billets qu'auraient accaparés des revendeurs sont offerts au même prix au consommateur, nous voyons difficilement comment ce dernier est lésé. Et si les billets lui sont offerts par des particuliers plutôt que par des commerçants, nous voyons mal ce que cette disposition pourra corriger.

Le second alinéa de l'article 236.2 LPC, pour sa part, nous semble plus approprié. En effet, si « *Nul ne peut revendre un billet obtenu au moyen d'un logiciel visé au premier alinéa ni en faciliter la revente* », on peut présumer que le consommateur qui aura acquis un billet ainsi obtenu aura un recours utile contre le revendeur. Toutefois, comme la preuve de l'obtention

d'un billet au moyen d'un robot sera à toutes fins pratiques impossible à faire pour le consommateur et que l'article 236.1 LPC interdit déjà aux commerçants la revente à un prix supérieur à celui qui a été annoncé par le vendeur autorisé, le recours par les consommateurs à cette disposition nous semble hautement hypothétique.

Nous notons au passage que les articles 236.1, 236.2 et 236.3 LPC ne font pas partie de ceux qui entraînent une présomption de dommage au sens de l'article 253 LPC. Si ces dispositions doivent protéger aussi le consommateur, il nous semble que leur inclusion à l'article 253 LPC serait susceptible de faciliter un éventuel recours qui viserait à obtenir le remboursement complet ou partiel d'un billet vendu en contravention de ces dispositions.

Hébergement en temps partagé

L'article 13 PL-178 vise à introduire à la LPC une nouvelle section V.3 destinée à encadrer les contrats relatifs aux droits d'hébergement en temps partagé, communément appelé contrats de vacances à temps partagé.

L'idée d'encadrer ce secteur particulier et le régime de protection proposé nous semblent tout à fait pertinents. Depuis nombre d'années, nous avons été au fait des plaintes de nombre de consommateurs qui se disaient victimes de techniques de vente sous pression extrêmes et qui critiquaient vivement ces contrats et leurs avantages prétendus, qui n'étaient bien souvent pas, selon eux, en adéquation avec les représentations qui leur avaient été faites. Les reportages extrêmement critiques diffusés sur ces types de ventes et de contrats n'ont pas eu l'heur de suffire à corriger les pratiques de cette industrie. L'intervention du législateur est donc la bienvenue.

Le régime proposé ne s'attaque pas directement à la question de vente sous pression, mais fait en sorte que les consommateurs qui céderaient à la pression pourront mettre fin plus aisément, voire résoudre, ce type de contrat, dont l'encadrement vise à écarter les aspects les plus problématiques.

Outre l'inclusion, sous « droits d'hébergement en temps partagé », des différentes formules connues, des droits d'hébergement avec possibilité d'échange ou pas aux points ou autres instruments d'échange en passant par le droit de participation à un système d'échange, le nouveau régime décrète que tous ces contrats sont des contrats de service, écartant tout débat quant à la possibilité de résiliation. Le Code civil (art. 2125) permet en effet au client de mettre fin unilatéralement en tout temps à un contrat de service, et l'article 11.4 de la LPC interdit au commerçant de limiter ce droit.

L'assujettissement à ce régime de tout contrat conclu, *même avec un tiers commerçant, à l'occasion ou en considération d'un contrat relatif aux droits d'hébergement en temps partagé* (187.11 LPC) et le fait de fondre en un seul contrat tous ceux qui peuvent être conclus à l'occasion ou en considération d'un contrat relatif aux droits d'hébergement en temps partagé (187.24 LPC) apparaissent aussi comme des mesures qui seront bénéfiques au consommateur.

Le contrat, qui devra obligatoirement être par écrit et contenir les renseignements prévus à la Loi, pourra être résolu, à l'intérieur d'un délai d'un an, si les obligations de forme ne sont pas respectées; le contrat pourra dans tous les cas être résolu dans les 10 jours (187.21 LPC).

Attendu que ce n'est qu'au moment où il tentera de participer au système d'échange ou de bénéficier des biens ou services qui sont mis à sa disposition en vertu du contrat que le consommateur sera en mesure de constater si le service est conforme à ce qui a été décrit au contrat, Union des consommateurs propose que, en cas de non-conformité entre ce qui est prévu au contrat (les indications obligatoires prévues à l'article 187.14) et la possibilité d'exercer aux conditions y énoncées les droits ou avantages qui y sont prévus, le droit de résolution puisse être revendiqué par le consommateur à compter de la date à laquelle il prend connaissance de cette non-conformité.

La LPC interdisant toute dérogation par voie de convention particulière (261 LPC) et toute renonciation par le consommateur aux droits qu'elle lui confère (262 LPC), Union des consommateurs s'interroge sur l'utilité de ce qui serait l'article 187.18 LPC, « *Est interdite la stipulation qui a pour effet de déroger aux conditions prévues à l'article 187.17 [qui prévoit la division en versements mensuels égaux des sommes prévues au contrat et l'établissement d'un calendrier] ».*

L'article 187.26 proposé par le PL-178 prévoit que « *Le consommateur peut, à sa discrétion, résilier le contrat sans frais ni pénalité avant que le commerçant ne commence à exécuter son obligation principale.* » Comme « *Tout contrat conclu par le consommateur, même avec un tiers commerçant, à l'occasion ou en considération d'un contrat relatif aux droits d'hébergement en temps partagé, et qui résulte d'une offre, d'une représentation ou d'une autre forme d'intervention du commerçant partie au contrat relatif aux droits d'hébergement en temps partagé forme un tout avec ce contrat* » (187.24 LPC), l'article 187.26 ne devrait-il pas prévoir la possibilité de résoudre le contrat sans frais ou pénalité avant l'exécution par le commerçant de l'obligation principale prévue à chacun des contrats ? (On pensera par exemple à la mise en œuvre du système d'échange qui pourrait être prévue au contrat et réalisée par un tiers commerçant.)

En bref, notre connaissance, qui demeure restreinte, des différentes pratiques en cours dans l'industrie des vacances à temps partagé nous laisse croire que le régime que le PL-178 propose d'ajouter à la LPC est susceptible, à plusieurs égards, de discipliner le marché; les exigences formelles, le détail des divulgations obligatoires, les liens forcés entre les différents contrats, l'obligation de rembourser des sommes payées à un tiers commerçant, les interdictions de certaines représentations douteuses, tout cela pourrait bien faire en sorte d'écarter les éléments les plus problématiques, du moins jusqu'à ce que les plus créatifs d'entre eux ne trouvent de nouveaux stratagèmes auxquels la loi n'aurait pas prévu de parade...

Sollicitation au crédit (245.3 LPC – art 17 du PL-178)

L'article 17 du PL-178 propose d'introduire à la LPC une interdiction partielle de la sollicitation au crédit.

L'interdiction qu'édicterait le nouvel article 245.3 LPC viserait :

- la sollicitation en personne;
- dans un établissement d'enseignement visé à l'article 188 LPC, à l'exception des universités;
- pour que le consommateur se procure une carte de crédit.

Dans le contexte de surendettement dans lequel se trouvent les consommateurs québécois, toute interdiction visant la sollicitation au crédit est souhaitable et amplement justifiée. Union des consommateurs ne s'oppose donc évidemment pas à l'adoption de cette nouvelle mesure.

Que cette mesure, qui n'est, nous osons l'espérer qu'un premier pas, vise les environnements scolaires est parfaitement compréhensible; il s'agit d'un milieu qui est destiné à l'apprentissage, pas au commerce.

Ce qui s'explique moins aisément, c'est ce pour quoi l'approche adoptée est à ce point timorée. Chacun des trois éléments constituant de la mesure semble en effet avoir une portée aussi restreinte que faire se peut.

Lors de nos interventions précédentes sur les propositions qui visaient ce type de mesure, nous invitons le gouvernement à interdire dans les établissements d'enseignement, sur les campus et lors d'événements organisés ou commandités par établissements d'enseignement de toute forme de sollicitation, de commandite et même de publicité, et ce, pour toute forme de crédit.

Le fait que l'interdiction ne s'applique qu'aux établissements préuniversitaires nous apparaît, déjà, absolument inexcusable. L'explication que nous avons le plus souvent entendue pour cette exclusion repose sur le constat que la plus grande partie des personnes qui se trouvent à l'université sont majeures. Cette explication résonne toutefois à nos oreilles comme un prétexte. Quand la LPC entend apporter une protection particulière à des personnes qui se trouvent dans une situation de vulnérabilité particulière, l'argument de la majorité ne devrait pas être – et n'a jamais été, à notre connaissance – un enjeu.

Nous nous permettons de reproduire ici un extrait des observations que nous soumettions en 2012 sur cette question, dans le cadre d'une intervention conjointe menée avec la CACQ et Option consommateur, qui restent à notre avis parfaitement pertinentes :

[N]ous comprenons mal pourquoi l'interdiction ne s'appliquerait pas aussi aux universités ; les mêmes justifications de nature sociale, qui tiennent à la vulnérabilité particulière des jeunes adultes qui se trouvent dans un établissement qui se doit d'être un lieu d'assimilation, s'appliquent d'après nous tout autant. Si les lieux d'enseignements sont ceux où les étudiants doivent apprendre à penser, une approche socialement responsable permet de prendre les mesures nécessaires pour que ce ne soit pas au crédit que l'on tente d'apprendre aux étudiants à penser en premier lieu.

Justifier par la capacité de contracter des étudiants universitaires la limitation à l'application d'une telle mesure nous apparaîtrait être un argument assez

faible : la disposition ne vise pas à empêcher les commerçants de contracter avec les étudiants ou ces derniers d'obtenir du crédit — elle vise à éviter que la sollicitation à ce faire n'ait pas lieu dans des endroits où elle n'a que faire. On ne s'étonnerait pas de trouver les kiosques des émetteurs de crédit dans des épiceries — on tiquerait pourtant si on les retrouvait dans des lieux de culte, dans un hôpital, etc., sans songer un seul instant à s'interroger sur la capacité de contracter des fidèles, des patients, etc.

L'approche restrictive de la disposition proposée est d'autant plus étonnante et décevante que, lors des consultations qui avaient précédé le dépôt du projet de loi 24, en 2010, le texte suivant avait été proposé, qui prenait pour modèle une loi américaine, le *Credit Card Accountability Responsibility and Disclosure Act of 2009* (H.R. 627 (2009), art. 304(f)(2)) :

Nul ne peut solliciter les consommateurs à compléter une demande de carte de crédit lors d'opérations de promotion ayant lieu dans un établissement d'enseignement ou sur le campus d'un établissement d'études supérieures, à proximité de l'un de ces établissements ou lors d'un événement organisé ou commandité par l'un de ces établissements.

Les associations de consommateurs soulignaient à l'époque que, si le législateur québécois s'engageait sur cette voie, on pourrait certes saluer son audace, mais en aucun cas le taxer de témérité ou qualifier son geste d'inouï.

Nous insistions toutefois déjà, à l'époque, pour une application plus large, qui viserait toutes les formes de crédit. Des études réalisées par Union des consommateurs (en 2009 et en 2012) indiquaient que le nombre de jeunes Québécois qui possédaient des cartes de crédit a presque triplé entre 1986 et 2009, passant de 25 % à 71 %, et que près du quart s'étaient procuré leur première carte de crédit suite à une sollicitation. Des reportages récents ont fait état des marges de crédit pour le moins imposantes offertes aux jeunes universitaires (qui attendraient des plafonds exorbitants pour les étudiants qui sont inscrits à certaines facultés qui, statistiquement, mènent à des occupations qui sont particulièrement bien rémunérées).

En septembre 2017, la firme BDO rapportait que « *La dette étudiante n'est pas seulement une préoccupation pour les récents diplômés. Deux tiers des Canadiens de moins de 40 ans titulaires d'un diplôme disent avoir gradué avec une dette, s'augmentant à environ 22 000 \$ à*

*l'époque. Et 62 % d'entre eux remboursent toujours ces dettes aujourd'hui [...]»*¹. Et il s'agirait là d'un montant modeste, si on le compare aux marges de crédit accordées aux étudiants des facultés de médecine, notamment, sur la base de leur revenu futur potentiel : la Banque de Montréal permet aux étudiants d'emprunter 75 000 \$ par année, jusqu'à concurrence de 250 000 \$, pour peu qu'ils soient étudiants en médecine et en médecine dentaire et citoyens canadiens ou immigrants admis². Doit-on tolérer que ces institutions soient autorisées à aller présenter ce type d'offres en personne aux étudiants dans les lieux d'enseignement ?

Comme l'indiquait le document d'orientation de l'OPC en 2010 :

Tous les universitaires constatent à chaque début de session la présence de représentants d'émetteurs de cartes de crédit sur les campus afin de solliciter les étudiants. Il en va de même lors d'événements sportifs ou autres. La sollicitation est beaucoup plus active que la simple publicité. Les consommateurs sont incités à demander une carte de crédit, alors que les modalités ne leur sont aucunement expliquées.

La situation n'est pas plus acceptable aujourd'hui qu'elle ne l'était à l'époque. Les recommandations d'Union des consommateurs face au ciblage des étudiants par les émetteurs de crédit non pas changé.

À défaut de pouvoir compter sur une interdiction totale de la sollicitation visant le crédit, nous sommes d'avis qu'il devrait minimalement être interdit de solliciter des étudiants dans les institutions d'enseignements pour les inciter à obtenir du crédit. Une interdiction similaire à celle qui avait été soumise lors des consultations de 2010, étendue à toutes les formes de crédit, s'avère urgente; les étudiants sont une tranche de la population qui présente une vulnérabilité particulière, qui est susceptible de se manifester plus encore dans leurs lieux d'enseignement. La loi devrait tenter d'éviter de les exposer à des pratiques qui sont susceptibles de les placer dans une situation de précarité financière, et ce d'autant plus lorsque leur approche critique face au crédit risque d'être affaiblie.

¹ **BDO CANADA LTÉE**, *Sondage BDO: le trois quarts des diplômés canadiens de moins de 40 ans regrettent avoir pris autant de dettes étudiantes*, le 19 septembre 2017. [En ligne] <http://www.newswire.ca/fr/news-releases/sondage-bdo--le-trois-quarts-des-diplomes-canadiens-de-moins-de-40-ans-regrettent-avoir-pris-autant-de-dettes-etudiantes-645691943.html> ;

² **BANQUE DE MONTRÉAL**, *Marge-crédit aux étudiants en médecine ou en médecine dentaire*. [En ligne] <https://www.bmo.com/principal/particuliers/prets-marge-de-credit/etudiants-en-medecine-et-en-dentisterie#admissibilite> ;

Nous espérons vivement que l'importance d'élargir cette disposition, une fois adoptée, entraînera très rapidement une intervention législative qui lui donnera les effets espérés et nécessaires.

Nous profitons de l'occasion pour souligner à nouveau l'effet bénéfique qui se fait déjà sentir suite à la nomination d'une ministre responsable de la Protection des consommateurs. La rapidité avec laquelle le présent projet de loi a été complété et déposé est remarquable. Cela semble indiquer que le fait de confier les responsabilités de la protection des consommateurs, un domaine qui se doit d'être approché avec une sensibilité particulière et une nette volonté de mieux protéger les parties les plus vulnérables des relations commerciales qui représentent un des secteurs les plus importants de l'économie, à une ministre pour laquelle ce dossier n'est pas qu'un à-côté est une initiative qui se doit d'être à nouveau saluée.

L'importance de ces responsabilités ne doit pas être sous-estimée. La protection des consommateurs est un champ très vaste et les préoccupations qui y sont liées sont transversales. En effet, la protection du consommateur ne doit pas se limiter au cadre de l'application ou de la modernisation des lois qui sont sous la responsabilité de l'OPC, aussi primordial soit-il. Une ministre dédiée à la protection des consommateurs aura l'occasion, le devoir même de s'assurer, au moment des discussions, des débats, des dépôts et de l'étude des projets de loi, qu'un aspect essentiel, soit la protection des consommateurs, n'a pas été oublié ou négligé, que les acteurs concernés ont été entendus, que leurs préoccupations ont été prises en compte.

À titre d'exemple de l'importance de cette prise en compte et du rôle qui devrait revenir à une ministre responsable de la protection des consommateurs, et aussi du type de dossier dans lequel il serait primordial que ce rôle soit assumé, on citera le Projet de loi 141, qui présente plusieurs reculs importants en matière de protection des consommateurs, comme plusieurs l'ont déjà souligné, et plus particulièrement les dispositions qui touchent les assurances frais funéraires, que ce projet de loi tente de faire revivre.

D'une part, on trouve au Québec un régime qui encadre depuis 1987 les arrangements préalables de services funéraires (que le présent projet de loi modernise, d'ailleurs), qui a fait ses preuves et dont l'utilité et l'efficacité ne sont pas contestées.

D'autre part, on trouve les assurances frais funéraires, un produit financier qui se révélait assez problématique pour que sa vente soit bannie, en 1974 par une disposition ajoutée au Code civil ((2538 a) du Code civil du Bas-Canada, et reprise à l'article 2442 du Code civil du Québec.

Voici que, par le biais du projet de loi 141, le ministre des Finances tente de redonner vie à ce produit (art. 599 à 603 du PL-141). Or, rien n'indique que ce produit serait de nature à offrir aux consommateurs quelque avantage notable ; tout indique au contraire, semble-t-il, que les protections des consommateurs qu'offre le régime qui encadre les arrangements préalables seraient affaiblies par la réintroduction de ce nouveau produit³.

Heureusement, quelques groupes de consommateurs ont eu l'occasion de se pencher sur la question et de manifester leur désaccord. Nous espérons que la ministre responsable de la protection des consommateurs bénéficiera, du fait de l'importance que sa nomination confère aux préoccupations qui sont les siennes, d'une écoute plus attentive de la part de ses collègues que celle qu'ont eu jusqu'à maintenant ces groupes de consommateurs.

Pour terminer, mentionnons que nous attendons avec impatience la suite des travaux visant la modernisation des lois de protection du consommateur. Plusieurs mesures que les associations de consommateurs jugent urgentes, et qui étaient abordées dans un projet de loi précédent, ont dû être mises temporairement de côté avec l'assurance qu'elles ne seraient pas oubliées, et plusieurs problèmes ayant pris de l'importance depuis, au gré de la prolifération de pratiques douteuses dans certains secteurs ou à celui de la jurisprudence. Le travail ne manquera pas. Nous avons heureusement la conviction que l'OPC continuera sans relâche – malgré l'insuffisance des ressources qui lui sont allouées – à tenter d'assurer aux consommateurs les meilleures protections possible.

Union des consommateurs tient à remercier les honorables membres de cette Commission de l'intérêt qu'ils portent à nos commentaires.

³ Voir à cet effet les pages 95 à 110 du mémoire rédigé par Jacques St Amant, professeur de droit à l'Université du Québec à Montréal, pour la Coalition des associations de consommateurs du Québec. *Mémoire soumis à la Commission des finances publiques*, 17 janvier 2018. <https://cacq.files.wordpress.com/2018/01/cacq-pl141-fnl.pdf>